


[PORTADA](#)
[INFORMACIÓN GENERAL](#)
[CONSEJO EDITORIAL](#)
[ENVÍO DE ORIGINALES](#)
[NÚMEROS ANTERIORES](#)
[INDEXACIÓN BASES DE DATOS](#)
[CREATIVE COMMONS](#)
[BÚSQUEDAS](#)
[CONTACTO](#)

Google DENTRO DE C&S

OK


[Reseña /](#)

Ángel DURÁNDEZ

El futuro de la televisión en España. Análisis prospectivo 2000-2005

La publicación de todo análisis prospectivo casi siempre es tomado con recelo por la insalvable incertidumbre de las tendencias propuestas. El estudio realizado por Arthur Andersen y la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra debe dejar tranquilos a posibles escépticos del rigor y utilidad de sus aportaciones. Es un texto válido e interesante tanto para académicos como para profesionales. De hecho en la introducción se nos dice que "los autores de este informe han tratado de pronosticar un material útil para la comprensión y la toma de decisiones en el mercado audiovisual español; por este motivo, en ocasiones, además de mostrar las tendencias previsibles del sector, se sugieren posibles respuestas de las empresas ante ese entorno tan cambiante, competitivo y de creciente complejidad" (p. 15-16).

Este análisis prospectivo difícilmente podía haberse realizado en otro momento mejor; no sólo porque estemos a las puertas del siglo XXI, sino porque el sector televisivo vive una serie de transformaciones interesantes. El mercado de la televisión experimenta una serie de cambios estructurales que bien merecen ser estudiados para prever sus posibles consecuencias. La televisión está afectada, al menos, por el desarrollo de movimientos liberalizadores, la implantación de la tecnología digital y el perfeccionamiento de nuevos sistemas de distribución (cable y satélite, fundamentalmente). "El aumento de la oferta de canales, el nacimiento de nuevos sistemas de pago y la promesa de los servicios interactivos dibujan el mapa de la nueva televisión en la era digital" (p. 58). Sin embargo, lo interesante no radica en estudiar estos cambios sólo desde el punto de vista técnico, sino en estimar con sólidas bases metodológicas las transformaciones estratégicas en el mercado de la televisión.

Los autores de este análisis son profesores universitarios y consultores expertos en televisión. El informe está organizado en 12 capítulos que tratan los siguientes temas: entornos económico y cultural; marco legal; innovación tecnológica; competencia entre la televisión y otros medios; producción; contenidos y tipos de programas; análisis de audiencias; servicios de difusión televisiva; publicidad; otras formas de financiación, y concentración. La estructura de los capítulos es similar: comienzan con un estado de la cuestión muy sintético para pasar a analizar las opiniones de los directivos del medio tras las cuales se concluye con las previsibles tendencias en cada área de trabajo sin ninguna pretensión de "adivinar el futuro".

El método empleado es fundamentalmente cualitativo al utilizar opiniones de directivos en empresas del sector, pero se apoya en otras fuentes documentales para sustentar posibles tendencias y reflejar la realidad del mercado televisivo. El resultado es un trabajo condensado y claro por el que el lector consigue conocer la situación de la televisión en la actualidad, los posibles pasos en el futuro y las previsibles decisiones de las empresas implicadas. Ha habido por parte de los autores decidida intención de sintetizar conocimientos, datos y opiniones.

Internet aparece en casi todos los capítulos del libro, en el intento de responder a la pregunta sobre dónde radicará el negocio: ¿en Internet?, o ¿en una combinación de televisión e informática? (cfr. p. 108). La visión predominante en este informe es que "la red no constituye sólo una amenaza para las empresas de televisión: también puede convertirse en un instrumento promocional, en una forma de atraer al público joven y en un modo de completar la oferta de tiempo y espacio a los anunciantes" (p. 80).

Quizá se eche en falta un capítulo que resumiese el hilo conductor de todo el estudio; un capítulo que trabajara sobre las conclusiones vertidas a lo largo del libro. Para ello habría que considerar todos los puntos de análisis recurrentes a lo largo del informe, como puede ser la especialización o la interactividad, y ofrecer un resumen coherente de las conclusiones en cada uno de los campos de trabajo. Sin embargo, este ejercicio es sin duda el más difícil y problemático cuando se trata de una obra de varios autores.

Antonio VIRGILI RODRÍGUEZ
antvirgili@yahoo.esq
[arriba](#)